

暮らし装置の侵食が止まらない

# 空き店舗のある商店街が七七・五%

株式会社マーケティングスペース花傳舎 代表取締役 山田哲也

(二二七七字)

## profile

やまだてつや いくつかの市場調査会社勤務を経て、一九八七年、現在の会社を設立。これまでの主な仕事は、広告効果測定、商品開発や新事業開拓のためのR&D、地域活性化のための調査。そのほかライフスタイル調査、消費者行動調査など、定性・定量調査の両面から実施。

日本にはおよそ一万二〇〇〇を超え

る商店街がある。商店街とは何か。経

済産業省の商業統計表では、「小売店、

飲食店およびサービス業を営む事業所

が近接して三〇店舗以上あるもの」と

定義している。全国的に商店街の厳し

い現状が伝えられる中、空き店舗があ

るかないか、あるとすればその数がど

れくらいなのかは、その商店街の元気

度を測るバロメーターともいえるだろ

う。

平成二八年三月に中小企業庁から公

表された「商店街実態調査報告書」に

よると、「空き店舗はない」という商

店街は全体の二二・五%にとどまり、

七七・五%の大多数が「ある」と回答

している。空き店舗数は何店舗ぐらい

存在するかを見ると、比較的少ない「一

〜四店」が三八・九%である。逆に空

き店舗の多い「一〇〜一九店」が二二・

〇%、「二〇店以上」が五・五%、合

計一七・五%に達する。通常シャツタ

ー通りや歯抜け商店街と称される、元

気のない商店街も少なくない。ちなみ

に全国の一商店街当たりの空き店舗数

は五・三店舗、空き店舗率は一三・一

七%である。

同じ調査の結果から、過去三年間で

商店主の退店(廃業)した理由(複数

回答、二つまで)を拾っておくと、「商

店主の高齢化、後継者の不在」が六六・

六%で突出して高く、次いで「他の地

域への移転」の二三・八%、以下「同

業種との競合」「商店街に活気がない」

が一〇%強で続いている。

空き店舗の発生に対する商店街の取

り組みについては、「業種・業態を考

慮し店舗誘致」「家主への賃貸要請」「コ

ミュニティー施設としての活用」「空

き店舗情報の発信による新規出店の促

進」といった内容の回答が一〇〜一五

%の間で並んでいる。しかしもっとも

多い回答は「特に関与していない」(四

六・五%)である。空き店舗に対して

手のほどこしようながない、放置してお

かざるを得ない状況の商店街が相当数

あるということだろう。

今後の空き店舗増減の見通しについ

ては、「減少する」という明るい展望

は一・六%にとどまり、「変わらない」

が三五・四%、「増加する」という悲

観の見通しの商店街が四二・六%で、

もっともウエートが高い。評価は商店

街の立地(人口規模)の違いによって

大きく異なる。空き店舗が「増加」と

いう観測は政令指定都市・特別区、人

口三〇万人以上、二〇万〜三〇万人未

満の都市が三〇%強に対して、人口五

万人未満が六二・六%、町村にいたっ

ては六七・一%にも達する。人口が少

なければ少ないほど見通しが暗くなる

という傾向だが、都市部といえども決

して空き店舗の危惧はないとは言い難

い状況である。

これまで商店街は、欠くことのでき

ない暮らしの装置として多くの人たち

に貢献してきた。買い手側の難民化が

問題視される中、売り手である商店街

の侵食化も進行するという不幸の構図

がある。背景には人口減、少子高齢社

会、車による生活圏の広域化、大型商

業施設の郊外への進出、インターネット

ト販売など、生活者のライフスタイル

ではあるが地域住民の新たなニーズの

開拓、未来につながる新業態の開発な

どで、商店街の元気の再構築をはかつ

てほしいものである。

## 商店街の空き店舗状況

N=2685

空き店舗がある(計)	77.5%
1~4店	38.9
5~9店	21.1
10~19店	12.0
20店以上	5.5
空き店舗はない(0店)	22.5

平均空き店舗数  
=5.3店  
空き店舗率  
=13.17%

〔注〕①無回答を除くベース

②中小企業庁データを回答空き店舗数の区分を集約する等加工した

資料出所：中小企業庁「平成27年度 商店街実態調査報告書」

調査概要：全国の商店街対象／郵送による発送・回収及びインターネットによる回収／

発送数8,000／有効回答件数3,240件(有効回答率40.5%)／

平成27年11月1日現在